

ANA SAGI-VELA GONZÁLEZ

CULTURA TELEVISIVA, LENGUA E IDENTIDAD ENTRE JÓVENES MIGRANTES HISPANOS

Università degli Studi di Milano-Bicocca

Resumen

El alcance de las producciones audiovisuales gracias al desarrollo de las tecnologías permite el acceso a expresiones culturales propias y ajenas desde cualquier parte del mundo, generando imágenes de las mismas en el receptor y en el imaginario colectivo. Este texto explora el impacto de las ficciones televisivas en lengua española en las representaciones de las identidades culturales del mundo hispano y sus implicaciones sobre los usos y actitudes lingüísticas en un contexto migratorio. Los datos obtenidos a través de una investigación empírica entre jóvenes migrantes hispanoamericanos en Italia constatan la influencia del consumo mediático en el desarrollo de las destrezas y la conciencia lingüísticas, así como en procesos de acomodación respecto a otras variedades del español.

palabras clave: ficción televisiva, percepción, identidades culturales, variedades del español, migración

Abstract

Television culture, language and identity among young Hispanic migrants

The scope of audiovisual productions thanks to the development of technology allows the access to cultural expressions from anywhere in the world, generating images of these expressions in the receiver and in the social imaginary. In this text I propose to explore the impact of television fictions in Spanish language on the representations of cultural identities in the Hispanic world, and their implications on linguistic uses and attitudes in a migratory context. The data obtained through empirical research among young Hispanic American migrants in Italy show the influence of media consumption on the development of language skills and awareness, as well as on processes of accommodation with regard to other varieties of Spanish.

keywords: television fiction, perception, cultural identities, varieties of Spanish language, migration

I. Lengua, identidad y migración

Nunca antes las personas que se trasladan a vivir lejos de sus países de origen han tenido tantas posibilidades de mantenerse en contacto con estos. Este hecho, aparentemente obvio en un mundo globalizado, tiene algunas consecuencias relevantes cuando estudiamos fenómenos ligados al mantenimiento de la lengua, la pervivencia de elementos culturales y las señas de identidad en la migración.

El alcance de las producciones audiovisuales gracias al desarrollo de las tecnologías –primero por la televisión por cable y por satélite, ahora a través de Internet– permite acceder a expresiones culturales propias y ajenas desde cualquier parte del mundo. Si bien la comunicación masiva impulsa la convergencia lingüística por motivos económicos, políticos y culturales (Ávila 2001), también es cierto que difunde usos nacionales y regionales en una búsqueda por reforzar “la identidad propia mediante el debilitamiento de la compartida” (Moreno Fernández 2016). En este sentido, la televisión, afirmaba Cebrián Herreros antes del cambio de milenio, “se ha constituido en el atlas complejo de los usos idiomáticos nacionales y locales, cultos y populares, correctos e incorrectos, de clase alta, media y baja” (1998: 1043), complejidad que en la última década se ha propagado a nivel mundial como consecuencia de los cambios en los usos de la tecnología para la recepción, producción y difusión de contenidos audiovisuales. De este modo, lenguas y culturas rompen fronteras y llegan por medio de las pantallas a cualquier usuario, generando imágenes de las mismas tanto en el receptor como en el imaginario colectivo. En este texto propongo explorar el impacto de las ficciones televisivas en lengua española en la recreación de las identidades culturales y sobre los usos y actitudes lingüísticas en un contexto migratorio. Por un lado, abordaré, desde una perspectiva sociolingüística, el rol de la televisión en la adquisición de la lengua del país de destino y en el mantenimiento de la propia lengua como seña de la nueva identidad lingüística construida en la sociedad de acogida; y, por otro, las implicaciones en la creación de estereotipos culturales, definidos en gran medida por el lenguaje, y su percepción por parte de las segundas generaciones de migrantes hispanoamericanos en Italia.

1.1 *Marco teórico de la investigación*

Este trabajo se enmarca en un proyecto de investigación más amplio sobre el rol de la lengua en la construcción de la identidad en contextos migratorios¹. Se trata de

¹ El proyecto de investigación con título “Studenti ispanoamericani nell’Università degli Studi di

un estudio de corte sociolingüístico sobre las segundas generaciones de migrantes, que privilegia, por tanto, la dimensión social de la lengua y la dimensión empírica del uso de las lenguas. Adopto un enfoque integrador y no reduccionista, indispensable para poder abordar la complejidad de la realidad social y lingüística en situaciones de contacto de lenguas en la migración. En este sentido, tanto el método biográfico, ya consolidado en los estudios de migración (Pujadas Muñoz 2002), como diversos enfoques metodológicos que subrayan la naturaleza discursiva de la identidad (De Fina, Schiffrin, Bamberg 2006) se han revelado particularmente útiles para abordar el problema. Asimismo, tomo en consideración los trabajos sociolingüísticos más relevantes sobre la comunidad hispanoamericana desarrollados en Italia en los últimos años (Bonomi 2018; Calvi 2014, 2016). La investigación se centra, a nivel microsocial, en estudiantes universitarios de origen hispanoamericano que residen en el área metropolitana de Milán; de esta forma, el estudio se refiere a un segmento de la población migrante que muestra un alto grado de integración en la sociedad receptora desde un punto de vista sociolingüístico. La metodología comprende el análisis cuantitativo² y cualitativo de datos empíricos obtenidos mediante la administración de un cuestionario y entrevistas personales.

La estrecha relación entre lenguaje e identidad, cuya expresión más directa se da en las actitudes de los individuos hacia las lenguas y sus usuarios, ha sido un tema destacado en una parte importante de la investigación sociolingüística (Blas Arroyo 1999). Por ello, uno de los elementos más significativos para el análisis de esta relación es el de las actitudes lingüísticas, entendidas como manifestaciones de la actitud social con respecto tanto a la lengua y sus variedades como con el uso que se hace de las mismas, puesto que expresan rasgos que definen la identidad social y, al mismo tiempo, pueden explicar cambios lingüísticos (Moreno Fernández 2012: 214-15). Desde la perspectiva de la sociolingüística cognitiva, “las actitudes lingüísticas vienen determinadas por la formación y los prejuicios de los hablantes, por las características del habla y por las intenciones de los interlo-

Milano-Bicocca: identità e integrazione in un contesto migratorio” lo vengo desarrollando desde 2018 gracias a una beca de investigación en el Departamento de Estadística y Métodos Cuantitativos de la Escuela de Economía y Estadística. Este proyecto da continuidad al trabajo de investigación realizado entre 2015 y 2017 en el mismo departamento, junto a Laura Lisi y bajo la coordinación de Ana María González Luna, financiado con el fondo FAR. Las referencias bibliográficas relativas a la primera fase de la investigación y los resultados más recientes pueden consultarse en Sagi-Vela González, 2019, 2020, 2021.

² El análisis cuantitativo de los datos recabados a través del cuestionario ha sido abordado en Lisi, Sagi-Vela González, 2017. Si bien en el curso de la investigación el corpus ha aumentado considerablemente, los datos más recientes no invalidan los resultados obtenidos, como quedará constancia en un próximo trabajo en preparación.

cutores” (2012: 214), cobrando relevancia la esfera del individuo en relación con el contexto social. Con este enfoque, la atención no solo se dirige a la forma en que la realidad se manifiesta, sino también a la forma en que esta es percibida y a los modelos subjetivos creados por los hablantes para interpretarla (2012: 169). La prevalencia de la lengua en la conformación de las identidades culturales se manifiesta de manera particular en situaciones de contacto de lenguas. En el contexto del que nos ocupamos, donde, además del uso predominante de la lengua mayoritaria de la sociedad receptora, confluyen diversas variedades de la lengua migrada, el estudio de las actitudes lingüísticas resulta particularmente atractivo.

Considerando la influencia de la televisión en la promoción y difusión de los usos del lenguaje, en el presente trabajo mi interés se dirige al efecto del consumo de productos audiovisuales en la percepción y expresión de las identidades lingüísticas. El interés del estudio radica en la perspectiva desde la cual se aborda el análisis de la variabilidad lingüística y de los arquetipos identitarios, que pone el foco de atención en la interpretación por parte de la audiencia, y, por tanto, en la conciencia de la percepción del mensaje (Caravedo 2009), y no en la producción, mucho más estudiada desde enfoques diversos en los trabajos dedicados a las narrativas audiovisuales. Si los medios de comunicación de masas, según Luhmann “construyen la realidad” o “una ilusión de la realidad accesible al conocimiento” (2000: 132), esa realidad es percibida por cada sujeto de acuerdo a sus circunstancias. En consecuencia, se hace necesario abordar su estudio desde el papel activo de la audiencia, como enfatizan los estudios sobre recepción en el ámbito latinoamericano (Orozco 2000). En palabras de Martín-Barbero, se trata de “rever el proceso entero de comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen lugar, el de la apropiación desde los usos” (1991: 6), lo cual resulta especialmente sugestivo cuando el espacio de la recepción se traslada a causa de la migración. La mirada desde este otro lado activa nuevos mecanismos para interpretar y significar los contenidos percibidos.

En contextos migratorios, el rol de los medios de comunicación en la conformación de las identidades impacta en un doble plano: por una parte, como mediadores de la cultura del país de acogida, contribuyen al conocimiento de las costumbres y de la nueva lengua con las que el migrante se confronta durante el proceso de adaptación y, con ello, a la socialización; por otra, como vehículo de los productos mediáticos del país natal o de otros países hispanohablantes, permiten mantener vínculos con la cultura de origen y reforzar el sentido de pertenencia. De hecho, diversos estudios sobre migración subrayan el papel del consumo televisivo en la conservación, reafirmación o recreación de las identidades culturales (Aksoy, Robins 2000; Uribe Alvarado 2009).

1.2 *Metodología y corpus de análisis*

Los datos analizados en este trabajo han sido recabados por dos medios: un cuestionario sociolingüístico, aplicado a ochenta y nueve estudiantes universitarios de origen hispanoamericano, y entrevistas semidirigidas realizadas a veintidós de ellos sobre la experiencia migratoria, los usos y las actitudes lingüísticas y la percepción de la propia identidad. Respecto a la delimitación de la muestra, la selección de los sujetos que colaboran en la investigación se limita a estudiantes matriculados en la Universidad de Milán-Bicocca, nacidos (ellos o al menos uno de sus padres) en algún país de Hispanoamérica, que han incluido la asignatura de Lengua española en su currículo académico. Consideramos que esta última variable es significativa porque revela en sí misma una actitud lingüística hacia la lengua del país de origen. Asimismo, como docentes de la asignatura, nos ha permitido entrar en contacto directo con los alumnos durante las convocatorias de exámenes e invitarlos a participar en el estudio una vez superado el examen. La ventaja de este procedimiento en la selección de los colaboradores reside en la mayor facilidad de involucrarlos en la investigación durante la interacción personal y en la posibilidad de verificar que se ajustan al perfil de la muestra; sin embargo, resulta un proceso lento, puesto que procede en función de la evaluación académica.

La administración electrónica del cuestionario comenzó en julio de 2015 y sigue en curso. Los últimos datos analizados en el presente trabajo datan de diciembre de 2020. Han participado en la encuesta 62 mujeres y 26 hombres (más un individuo que no ha aportado alguno de los datos personales), con edades comprendidas entre los 19 y los 40 años, si bien la media de edad es de 25 años. Del total de participantes, 40 son de origen peruano y 29 ecuatoriano, dato acorde con el registro de la población extranjera en Italia en las últimas décadas, que coloca Perú y Ecuador como los principales países emisores de Hispanoamérica³. Los otros países de origen presentes en el corpus, ordenados por presencia numérica, son: República Dominicana, Bolivia, Argentina, Colombia, Chile, Cuba, El Salvador, Venezuela, México, Costa Rica y Paraguay. Además, 14 de los encuestados poseen nacionalidad italiana o doble nacionalidad.

Todos los estudiantes entrevistados han decidido colaborar en la investigación después de haber respondido al cuestionario. Las entrevistas siguen un guion estructurado en los tres ejes temáticos mencionados (trayectoria migratoria familiar, usos y actitudes lingüísticas e identidad), que puede verse modificado en el curso de la conversación. Hasta el momento, cuatro estudiantes se han involucrado

³ Según los datos del Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) de 2020, 91 662 peruanos y 72 644 ecuatorianos residen en territorio italiano, casi la mitad de ellos en Lombardía.

en mayor medida en el estudio y han decidido participar en ulteriores entrevistas, posibilitando la adopción de un enfoque metodológico basado en historias de vida (Pujadas Muñoz 2002: 13-14), donde la información recabada a través del cuestionario y de varias entrevistas en profundidad se complementa y contrasta con otros materiales que aportan información adicional, como son los exámenes escritos y las observaciones registradas durante las pruebas orales de lengua española en la universidad o muestras de comunicación interpersonal en medios digitales (cfr. González Luna, Lisi, Sagi-Vela 2016). Asimismo, gracias al interés y la colaboración de estos cuatro estudiantes, hemos tenido la oportunidad de realizar entrevistas dobles o en grupo, con parientes, amigos o conocidos, con la finalidad de obtener relatos cruzados, esto es, relatos personales de diversas personas que convergen en determinados puntos (Pujadas Muñoz 2002: 56), lo que resulta de sumo interés en un estudio sobre percepción.

De acuerdo al objeto de este texto, la incidencia de la cultura televisiva en la formación de actitudes lingüísticas, he tomado en consideración para el análisis, por una parte, la información pertinente obtenida mediante el cuestionario a través de las preguntas referidas al consumo televisivo⁴, la cual aparece en forma de datos agregados; por otra, las partes de las entrevistas personales que tratan los hábitos audiovisuales y la percepción y valoración de las variedades del español tanto en los medios como en el propio entorno social. Las siete entrevistas seleccionadas para incluir en este trabajo son representativas de la totalidad del corpus en cuanto al origen, el sexo y la edad de migración de los participantes. En concreto, los fragmentos del discurso citados corresponden a las entrevistas realizadas a dos mujeres y un hombre peruanos, Carmen, Verónica y Luis Alberto, de veintidós, veintiséis y treinta y tres años, respectivamente; una mujer y dos hombres ecuatorianos, Vanessa, Juan Carlos y Erik, que contaban con veintitrés, veintiséis y veinticinco años en el momento de la entrevista; y Raya, una mujer italiana de veintidós años de origen dominicano⁵. Los fragmentos de las entrevistas reproducidos en el texto aparecen numerados entre paréntesis e identificados con un código entre corchetes que aporta información sobre el entrevistado relevante para el análisis: las ini-

4 En el siguiente enlace es posible consultar el cuestionario completo: <<http://sagi-vela.com/archivos/cuestionario202107.pdf>>. Los datos que tomo en consideración en el presente trabajo corresponden a las preguntas 79-84 de la sección “Datos sobre el uso del español” y 94-95 de la sección “Uso de internet y de las redes sociales”.

5 Todas las entrevistas seleccionadas para este artículo fueron realizadas entre mayo y diciembre de 2020 por videoconferencia, debido a las medidas de protección contra la pandemia. Para mantener el anonimato de las personas que han colaborado en el estudio los nombres son ficticios; en el caso de Raya y Verónica han sido elegidos por ellas mismas.

ciales del país de origen –Ecuador (E), Perú (P), Republica Dominicana (RD)–, el sexo –mujer (M), hombre (H)–, la edad de migración, la edad en el momento de la entrevista y una letra para su identificación. Las cursivas señalan las interferencias derivadas del contacto de lenguas y las partes del discurso en italiano; en cambio, no señalo los usos del español que se desvían de la norma.

Mediante el testimonio de estos jóvenes hispanos sobre su experiencia como telespectadores antes y después de la migración, analizaré el modo en que el consumo de productos televisivos desarrolla o mantiene sus destrezas lingüísticas, agudiza su percepción de la variación dialectal e incide en la conformación de las actitudes e identidades lingüísticas.

2. El rol de la televisión en el desarrollo de las destrezas lingüísticas

2.1 *El proceso de adquisición de la nueva lengua*

Los medios de comunicación de masas resultan un recurso eficaz en la adquisición de una segunda lengua al proporcionar materiales auténticos con los que el aprendiente entra en contacto con la lengua –en su uso real y de forma contextualizada– de manera espontánea o durante su explotación didáctica en el aula (cfr. Kuppens 2010; Webb 2015). En contextos migratorios se vuelven un instrumento de educación informal de gran utilidad, sobre todo para los adultos que se incorporan directamente al mundo del trabajo⁶. Así también, como muestran los datos obtenidos en el cuestionario y han sido confirmados en las entrevistas, las ficciones televisivas constituyen un medio importante en la adquisición de la nueva lengua por los niños y jóvenes migrantes durante la primera fase de adaptación a la sociedad de acogida. Por ejemplo, cuando a sus cinco años Carmen llega a Italia desde Perú, la posibilidad de ver películas en italiano la acerca a la que, a partir de ese momento, será su segunda lengua:

- (1) CARMEN–yo por mi parte, digamos que... los adultos estaban con los adultos, mi hermana pequeña era pequeña y yo no... más o menos no tenía nadie con quien hablar. Pero tenía suerte que tenía una prima que vivía en Italia y...
[...]

⁶ Al respecto, en el ámbito italiano, Cognigni (2014: 468) señala el papel fundamental de la televisión en el desarrollo de una competencia comunicativa de base entre las mujeres migrantes. Del mismo modo, Olmos Alcaraz y Cava (2021) analizan el potencial de la televisión como recurso para la integración social de la comunidad asiática en Sicilia.

ENTREVISTADORA—o sea, que tu prima también te ayudó, me imagino, con el italiano...

CARMEN—más que ella sus... sus casetas de... de películas [...] tenía una colección enorme de películas de niña y, bueno, cuando iba a su casa siempre mirábamos muchas películas, y gracias a eso he aprendido mucho vocabulario [P_M_5_22_C].

Verónica, también peruana, llega a Italia con once años. Su situación en el momento de la llegada es la misma a la de otros jóvenes que emigran a esa edad: su conocimiento de la lengua italiana se limita a alguna palabra referida a necesidades básicas que su madre le ha ido enseñando durante las llamadas telefónicas que las ha mantenido en contacto desde que esta migró. Antes de incorporarse a la escuela, ámbito primordial de socialización y adaptación a la nueva sociedad para cualquier niño migrante, la televisión será el principal medio para familiarizarse con la nueva lengua. De modo que, en los dos meses que precedieron el inicio del curso, ver en italiano los mismos dibujos animados que acostumbraba a ver en Perú le permitieron, asegura, afrontar la vida escolar al entender lo que decían. En la experiencia migratoria de estas dos jóvenes, los medios audiovisuales aparecen como instrumentos fundamentales en el desarrollo de la comprensión oral del italiano y evidencian la conciencia lingüística que tiene el hablante de su utilidad en el aprendizaje. Si bien reconocen que el consumo televisivo es un instrumento útil para adquirir ciertas competencias en la nueva lengua, son conscientes de que su dominio se consigue con la instrucción formal. Todos los estudiantes entrevistados perciben el italiano que hablan sus padres como una variedad híbrida, imperfecta (cfr. Calvi 2016: 54-55), lo que justifica, en ocasiones, la elección lingüística en la comunicación intergeneracional:

(2) VERÓNICA—...es que yo le entiendo que mis primos hablen español [a su hija] porque, como mis papás, han venido a trabajar, entonces ellos aprenden el italiano como escuchan, de lo que escuchan en la televisión, de lo que escuchan en la gente, [...] no es que estudian [...]. Entonces es normal que hablen el italiano a media lengua, como decimos nosotros [ríe] [P_M_11_26_W].

Es evidente que los medios audiovisuales poco pueden ayudar al desarrollo de las competencias escritas⁷, lo que hace que el aprendizaje de la lengua se limite

⁷ No obstante, como resaltan algunos estudios sobre el uso de material audiovisual subtulado en el aprendizaje de lenguas (Vanderplank 2016), puede contribuir a su desarrollo. Eso sí, siempre que las destrezas escritas estén bien consolidadas, lo que resulta más difícil entre la población migrante

al registro oral, como señala Luis Alberto: (3) “yo tuve la suerte porque yendo al colegio uno aprende... cosas que de repente mi papá y mamá hablando propiamente no saben escribir a la perfección, o sea, cosas que yo y mi hermana hemos tenido esa suerte” [P_H_7_33_W].

La apreciación de las carencias en el dominio de la lengua italiana por parte de los padres y otros familiares que emigraron en edad adulta es un rasgo distintivo de la conciencia lingüística en las segundas generaciones, lo que confirma cómo la legitimidad de las variedades en convivencia resulta objeto preferente en los procesos de percepción (Moreno Fernández 2012: 231), así como también muestra las connotaciones negativas asociadas a las variedades híbridas (Kabatek 2011).

2.2 *Hábitos televisivos y mantenimiento de la lengua materna*

Aparte del ámbito doméstico, el español se usa en las relaciones con familiares que permanecen en el país de origen, con otros hispanohablantes en el país de residencia y en las redes sociales. El consumo de contenidos audiovisuales, aunque da prevalencia al uso receptivo de la lengua, también genera expresiones orales y escritas (especialmente, en las redes sociales) en forma de comentarios. De las nuevas maneras de entablar comunicación entre los jóvenes, las redes sociales son, sin duda, las más utilizadas. También en español, ya que es uno de los principales medios para mantener el contacto con el país de origen y acceder a información sobre este.

De igual modo, el acceso a los contenidos de los medios de comunicación tradicionales, la radio y la televisión, se realiza prevalentemente a través de Internet. Respecto a los contenidos televisivos, los programas informativos y de variedades (*reality shows*, concursos, programas cómicos) del país de origen, las ficciones televisivas y los partidos de fútbol son los más vistos. Hay que señalar que, en ocasiones, algunas producciones televisivas de países no hispanohablantes se ven en español, por elección o porque no se tiene acceso a las mismas en italiano.

El consumo televisivo en lengua española de los jóvenes que han participado en el estudio varía principalmente en razón de la edad de migración. Los que llegaron antes de la edad escolar o que han nacido en Italia raramente consumen productos televisivos de sus países de origen o, en general, latinoamericanos. Por el contrario, aquellos que migraron después de haber transcurrido la primera etapa de la educación formal en el propio país –y, por lo tanto, la primera fase de socialización en la infancia fuera del ámbito doméstico– con frecuencia portan

 con escasa formación y no familiarizada con prácticas letradas.

consigo preferencias y hábitos televisivos específicos de la cultura televisiva latinoamericana, como pueden ser las telenovelas⁸. Una de las cosas que Verónica echó más en falta cuando llegó a Italia fue precisamente este género televisivo. El hábito de ver novelas lo adquirió en Perú durante los nueve años que vivió con la tía de su madre, quien se encargó de su cuidado cuando esta migró, llegando a desarrollar una verdadera dependencia:

- (4) VERÓNICA—Lo que sufrí al llegar fueron que ya no habían novelas, buscaba novelas, telenovelas por todos lados. Me acuerdo que daban... una tempranito que daban peruana, que yo la había visto veinte veces. Me acuerdo que me levantaba a las siete de la mañana mientras ya estaba para ir al colegio solo para verla. Era novelera, y eso a mi mamá de aquí⁹ no le gustaba porque decía, [con tono de riña] “¡te han acostumbrado a ver solo las novelas! [...] solo puras novelas” [...]. Ahora poco ya, ¿no?, porque ya hay un montón de series, pero desde pequeña era... yo llegaba del colegio, comía, ee... hacía las tareas rapidito, ee... y era para ver la novela ya de las cuatro [...]. Me sabía todas las mexicanas, que cuando conocí a mi amiga mexicana, yo, ¡ah, sí!, ¿has visto esa? Corazón..., la otra... [risa] y ella, “¡te la sabes más que yo!” [P_M_11_26_W].

El final de la cita descubre esa interacción verbal que genera el consumo mediático a la que hacía referencia, que extiende la influencia de los productos televisivos a otros ámbitos de la vida social, fuera del contexto de recepción. Parafraseando lo que Martín Barbero apuntaba sobre la lectura, lo visto “funciona no como punto de llegada y de cierre del sentido [...] sino como punto de partida, de reconocimiento y puesta en marcha de la memoria colectiva que acaba reescribiendo el texto” (1983: 65), en nuestro caso, la telenovela.

Por otra parte, en su relato, Verónica expresa de forma explícita –como insistirá en varias partes de su discurso y en diferentes entrevistas– el modo en que los cambios en sus hábitos de entretenimiento a causa de la migración influyen en su estado anímico (“lo que sufrí al llegar”; “lloré porque no podía ver el final”). Por suerte, en ese momento, el desarrollo tecnológico en la difusión y transmisión de contenidos televisivos le permitió continuar su mayor entretenimiento. Su experiencia novelera la hace una experta de este género y de su evolución, la cual abarca desde las telenovelas mexicanas de finales de los ochenta producidas antes

8 Sobre el papel fundamental de la telenovela en la configuración de las matrices culturales en el mundo latinoamericano, véase Martín Barbero y Muñoz (1992).

9 En referencia a su madre biológica, puesto que también llama y considera “mamá” a tres personas que ejercieron ese rol durante su ausencia.

de haber nacido y vueltas a retransmitir, como *Los ricos también lloran* (Televisa, México, 1979), hasta las más recientes producciones argentinas de éxito, como *Go! Vive a tu manera* (Kuarzo Entertainment Argentina, 2019). En el repertorio de las telenovelas que ha visto se encuentran las realizadas en los principales países productores de este género (México, Argentina, Colombia y Venezuela), así como las producidas en Miami, con actores que ya conocía, debido a su bagaje como telespectadora, y de los que era capaz de reconocer su procedencia. Los contrastes en los gustos televisivos de cada miembro de la familia se manifiestan en el siguiente comentario:

(5) VERÓNICA—Mi mamá no entiende de novela, o sea, ella no es novelera. [...] a pesar de ser... peruana, latina... a mi mamá ya desde Perú, por ejemplo, pero... porque es mi mamá, es de carácter así mi mamá, *anche* en Perú, nunca le han gustado las novelas, porque decía, la novela es para el flojo que no tiene nada que hacer [ríe], que se sienta, se ve la novela de las doce del mediodía y termina con la de las nueve de la noche, ¿no? En vez mi tía, la que me ha criado, es todo lo contrario, ella es así, se veía... se ve la de las doce del mediodía hasta la de las nueve de la noche... [P_M_11_26_W].

Verónica reconoce la incidencia de las características individuales en la elección de los productos mediáticos (“es de carácter así mi mamá”), las cuales interpreta como elementos que no responden a los estereotipos culturales (“a pesar de ser peruana, latina”), sin por ello restar importancia a la variable generacional: la tía de Verónica, que en realidad es tía de su madre y, por tanto, pertenece a una generación anterior a la de esta última, fue quien le inculcó el hábito. Por otra parte, la calificación de “flojo” (perezoso) aplicada al público habitual de telenovelas, que pone en boca de su madre, expresa una valoración negativa de un particular género televisivo que es expresión de otros estereotipos.

El hecho de haber llegado al país de acogida con una cultura televisiva ya formada implica mayor conocimiento de la industria: los productos, los canales de transmisión, los actores y sus variedades del español, pero también de las diferentes posibilidades para acceder a los contenidos deseados. Por lo mismo, las diferencias entre los gustos y hábitos audiovisuales dentro de las segundas generaciones son patentes; el amplio abanico de lo que Verónica acostumbra a ver en español contrasta con su idea sobre lo que consumen los que llegaron muy niños, esto es, casi nada, exceptuando las series, sobre todo españolas o mexicanas, que las grandes plataformas digitales de distribución de contenidos audiovisuales han puesto de moda (“el boom de La casa de papel o... las de narcos”).

En los discursos se repiten dos cuestiones relevantes respecto al consumo audiovisual. Por un lado, la creencia de que lo que se ve está dictado por las modas; las audiencias siguen ciertos patrones de los que es difícil salirse: se ve lo que otros ven para no quedar excluidos en las interacciones sociales que giran en torno a las producciones televisivas; al mismo tiempo, esos productos generan a su vez modas, hábitos de consumo y estereotipos. Por otro lado, es patente el cambio en la forma de consumir dichas producciones. El canal ya no es solo el aparato televisivo, que pierde relevancia sobre todo entre los jóvenes, sino una mirada de canales de difusión de contenidos audiovisuales diversos, de pago o gratuitos, accesibles a través de la red por medio de variados dispositivos electrónicos (computadora, tableta, teléfonos móviles), los cuales modifican de forma radical los hábitos de consumo, en especial en relación con el tiempo y con el espacio. El consumo es a demanda y en cualquier lugar. La sala de la televisión en la que se reúne a cierta hora toda la familia para ver el programa favorito está desapareciendo¹⁰.

Asimismo, la globalización ha permitido que la industria televisiva se expanda y el alcance de sus producciones no tenga límites. Un caso particular de producción latinoamericana de gran éxito entre el público juvenil que ha cruzado fronteras es la telenovela musical argentina *Patito feo* (traducida al italiano como *Il mondo di Patty*)¹¹. Todas las mujeres consultadas la han visto, ya sea la versión original en español en su país de origen como en Italia la versión doblada al italiano, la cual mantenía la lengua original en los temas musicales. Lo curioso es que, durante el periodo de su emisión en Italia entre junio de 2008 y octubre de 2010, acaparó la audiencia del público adolescente italiano, en particular femenino, por lo que era habitual que estas jóvenes llegadas de países cuyo idioma era el mismo del de los ídolos juveniles en la sociedad de acogida se volvieran traductoras de las canciones preferidas de sus amigas italianas. Aparte de lograr éxitos de audiencia en canales no habituados a este género televisivo, su discografía alcanzó récords de ventas internacionales. Verónica explica el éxito que tuvo entre el público italiano mediante clichés aplicados al melodrama latinoamericano (intriga, pasión, pleito, traición, etc.), los cuales describen relaciones entre los personajes adolescentes a

10 Con todo, el consumo de productos televisivos en familia todavía se da e influye en los comportamientos lingüísticos. Un ejemplo lo proporciona una estudiante peruana que está realizando su tesis de grado sobre el bilingüismo en familia. En sus notas sobre la transcripción de un fragmento de una conversación familiar que tiene lugar mientras comen, apunta: “*Credo che abbiamo parlato molto in spagnolo perché stavamo guardando una serie colombiana*” [P_M_5_22_C].

11 Producida por Ideas del Sur y Televisa, se estrenó en Argentina en abril de 2007 y finalizó en noviembre de 2008. El éxito obtenido en Argentina llevó a su transmisión por Disney Channel en más de cincuenta países de América Latina, Europa y Asia, llegando a ser nominada a los premios Emmy.

las que, según ella, los jóvenes italianos no estaban acostumbrados en las series americanas. Su juicio denota una apreciación sobre estereotipos culturales que cruzan fronteras a través del medio televisivo¹². *Patito feo* es también un buen ejemplo de las estrategias de explotación comercial de un producto televisivo en diversas plataformas (*merchandising*, conciertos, representaciones teatrales, películas), así como de la creación de arquetipos que transmiten modelos y valores, entre ellos de consumo. Pese a que muchas de estas series dirigidas a audiencias infantiles y adolescentes hayan sido criticadas por reflejar una sociedad clasista, materialista o machista, dichas actitudes no parecen ser percibidas por parte de sus consumidores, al menos por la información recogida hasta el momento.

El filón de telenovelas argentinas juveniles de alcance global, además de resultar interesante para analizar su impacto en audiencias de diverso origen étnico, permite rastrear la continuidad o interrupción de hábitos en el consumo televisivo:

(6) VERÓNICA—...esas series argentinas me las conozco todas, a pesar de haber estado acá [...]. Hay otras más antiguas también de Argentina, porque yo comencé en la época de cuando tenía sie... ocho años, nueve, hasta que me vine, que yo lloré porque no podía ver el final de esta serie, que se llama Rebelde Way [2002-2003], argentina, es una de las primeras que salió... Lloré porque no vi el final, el final final, imagínese, en esa época no había YouTube, entonces creo que la vi después de tres, cuatro años el final. [...] me mandaron el... ahí se hacían los dividí [DVD], que te mandan los discos, se grababan las novelas, después los venden, ¿no? Entonces me acuerdo que me mandaron el final, la película luego [P_M_11_26_W].

La mención a los DVD, al igual que en el ejemplo (1) a las casetas, hace reflexionar sobre cómo con la transmisión en continuo (*streaming*) desaparece la fisicidad de los soportes audiovisuales y, en consecuencia, las formas de acceder a estos contenidos, ahora sin intermediarios.

En cuanto a los largometrajes, la información recabada, tanto a partir del cuestionario como en las entrevistas, muestra en general muy poco consumo de producciones cinematográficas en español, además de escaso conocimiento. Sin embargo, algunos de los entrevistados expresan su deseo de conocer más cine hispano relacionado con sus propios intereses. Es el caso de Erik:

12 Al respecto, Catherine Benamou observa: “Televisual melodrama, then, is not only a site where the tensions among the national, the local, and the global are articulated and made manifest, it is also a communicative bridge that links viewers across national, expanded regional, and global realms of transmission and reception, working to shape new cultural and intercultural communities” (2009: 152).

(7) ERIK—...*dei film latinoamericani no, non ne ho visti, però mi piacerebbe vedere... cioè, in realtà sì mi piacerebbe vederli però sarei più...* me gustaría ver más los film que tratan de temas de Sudamérica [...], así como de denuncia, de situaciones, de los problemas de Latinoamérica, también porque el film es una manera para... parar hacer conocer un tema en modo muy... en un modo que es diferente a escuchar la lección en la universidad o en la escuela... porque ya uno que está en la universidad, en la escuela, está así un poco aburrido, pero si lo ve en la pantalla... [E_H_3_25_V].

La inquietud por descubrir la realidad social y cultural del país de origen orienta las preferencias audiovisuales de este joven hacia contenidos de no ficción. Su discurso también refleja la percepción de la especificidad del lenguaje audiovisual (“es diferente”) y su valoración positiva (“no es aburrido”) respecto a otros usos lingüísticos.

3. Formatos televisivos y estereotipos culturales y de género

Los productos mediáticos contribuyen a conformar las representaciones de las identidades culturales del mundo hispano. Los jóvenes entrevistados tienen conciencia de las diferencias entre las ficciones televisivas italianas y latinoamericanas, así como de los estereotipos culturales que estas crean y que también son percibidos por los italianos. Según Verónica, estas imágenes se corresponden con las propias:

(8) VERÓNICA—sí, entonces son totalmente diferentes a las sudamericanas, o sea, saben ya que... ellos [los italianos] tienen en la mente de que si es algo latino, es algo romántico, algo... telenovela, de amor, escándalo... ellos tienen esa mentalidad de algo sudamericano, ¿no?
 ENTREVISTADORA—¿y no es así, tú crees?
 VERÓNICA—no, sí es así, el drama... [...] algo de amor, drama, traición, que... no sé... pasión [P_M_11_26_W].

En lo que se refiere a los estereotipos culturales regionales, en los países andinos sobresalen las diferencias entre costeños y serranos. En el caso de Ecuador, Vanessa, a pesar de haber llegado con tres años y no haber regresado a su país, se siente muy apegada a su lengua materna, de la cual hace un uso frecuente en la vida cotidiana con sus familiares (“de acá y de allá”), sus varios amigos hispanoamericanos

y viendo televisión. Es consciente de las imágenes sobre unos y otros tanto por lo que vive en el espacio doméstico como por lo que percibe en los medios:

(9) VANESSA—...tantísimo me han hablado, *ma* en tantas series así de cómicas siempre se hace esta... esta diferencia. Tipo mi papá es más..., nació en una familia más tipo de la costa, y mi mamá no, siempre con la broma [...], [los de la sierra son] más serios, más trabajadores; las personas de la costa son... mi padre siempre dice que las personas de la costa son personas conformistas que solo viven el día [...]. De hecho, las personas de la sierra son personas trabajadoras, todos tienen... la casota [E_M_3_23_V].

Por la información recopilada hasta el momento en relación con la edad de migración, el uso de la lengua materna y el género, se puede conjeturar que son las mujeres quienes conservan mayor apego a la lengua de origen, incluso las nacidas en Italia. Este hecho se puede relacionar también con el mayor consumo de ficciones televisivas en español. Por ejemplo, Vanessa está habituada a ver programas y series (sobre todo cómicas) de su país de origen, las cuales convalidan los estereotipos con los que se bromea en familia por la distinta procedencia de sus miembros: (10) "...las series así de la televisión las veo en YouTube. [...] por ejemplo, Cuatro cuartos¹³, que es chistosa [...]. Si no en series, *comunque* su Instagram... sigo las varias personas... *di solito* personas que *magari* hacen chistes así [sobre costeños y serranos]".

El antagonismo entre la población serrana y costeña ecuatoriana configura estereotipos culturales e identidades lingüísticas bien definidas que se reactivan en la vida cotidiana de los jóvenes migrantes, con frecuencia por medio del consumo audiovisual, y que generan una reflexión metalingüística también en aquellos que han vivido la mayor parte de su vida fuera de su país de origen.

Otro de los aspectos que evidencian los testimonios recogidos acerca del tipo de audiencia al que se dirigen algunos productos televisivos se refiere al género. Existe común acuerdo entre todos los entrevistados en que los hombres no ven telenovelas, por los temas tratados y por la forma de tratarlos. No obstante, su consumo entre el público masculino depende también de los hábitos adquiridos en el país de origen: (11) "A mi hermano le gustaba, *anche* de grande, creo que tenía veinte años, pero le gustaba Floricienta [...] sí, él la veía un poco, pero bueno, él porque estaba acostumbrado a las novelas, ¿no?" [P_M_11_26_W].

Los varones entrevistados aseguran no ver telenovelas, aunque se han hecho

13 *Cuatro cuartos* es una telenovela ecuatoriana, producida en Guayaquil por TC Televisión y El Churo Producciones Creativas, cuya primera emisión tuvo lugar entre 2017 y 2018.

una idea de los contenidos porque con frecuencia las ven otros miembros de la familia con los que conviven. Es el caso de Erik, ecuatoriano de veinticinco años que llegó a Italia con tres y, por tanto, sin los hábitos en el consumo televisivo que menciona Verónica en la cita anterior. Transcribo un fragmento de esta entrevista que recoge su opinión sobre por qué las telenovelas se dirigen a un público femenino, interesante en cuanto a las estrategias discursivas empleadas en la argumentación (corroboración a través del relato de una vivencia, uso del discurso directo) y por la alternancia de lenguas, seña de su identidad lingüística:

(12)ERIK–*allora*, yo pienso que hay... lo que yo pienso es... que las telenovelas son de mujeres es porque soy un hombre y tengo mis... como todos tenemos nuestras... prejuicios y... pero pienso que sí a un hombre le puedan gustar seguramente [...]. Lo que los diferencia es todo el entorno, porque en el fin de acción hay muertes, hay disparo, carros y el hombre se queda ¡güau! Y en las telenovelas hay... casi no hay este aspecto de violencia, hay una... *magari* hay siempre violencia, pero se ve de una manera diferente, como en traiciones, en... malv... cosas malvadas, como... cómo le puedo decir, tipo... yo ahora... *sto pensando a una telenovela che si vedeva mia mamma che io ogni tanto... cioè, buttavo un occhio, la vedevo di sfuggita e vedevo mia mamma, diceva tipo, “nooo!, le ha detto quello!, nooo!, perché l’ha fatto?”, e dicevo, “ma[mma], perché...”*, “*ma no!, quella ha tradito quella, che le ha parlato male, perché poi in realtà il cavaliere era suo fratello...*”. *Cioè, quindi la differenza sta appunto nei contorni, [...] perché da una parte c’è questa... questa esaltazione alla violenza, al... rumore, al casino, e dall’altra parte c’è una roba più... come posso dirle, non più studiata però più... cioè con più sostanza [...], nella telenovela c’è l’intreccio... [...] le vedo così come... due cose fatte per due differenti tipi di pubblico* [E_H_3_25_V].

La secuencia narrativa que introduce Erik al exponer su opinión, y que marca con el cambio de lengua, ilustra perfectamente la característica esencial de este formato televisivo. La reproducción del diálogo imaginado con su madre mientras esta ve una telenovela desvela el dramatismo que la trama inspira en el telespectador. Las telenovelas son melodramas televisados, y el melodrama, en el imaginario colectivo, no es cosa de hombres. Al mismo tiempo, la inclusión de citas conversacionales, como señala Moreno Fernández (2012: 76), busca el consenso y la corroboración del propio punto de vista por parte del interlocutor al construir un discurso en apariencia realista.

4. Percepción de las variedades del español en las ficciones televisivas

El fácil acceso a los medios de comunicación social multiplica y diversifica los contactos entre variedades lingüísticas. Con ello se desarrolla o modifica la percepción hacia las mismas y, por consiguiente, repercute en las actitudes lingüísticas.

En general, a los que han llegado a Italia siendo muy niños, aun hablando español con bastante fluidez, les resulta difícil o imposible distinguir las diferencias e identificar cada variedad de español. Los que han vivido más años en su país de origen tienen mucha mayor conciencia de la variación lingüística y perciben sin dificultad los acentos diversos, aunque no siempre sepan identificar su procedencia. Aparte del acento, el léxico es la variable más mencionada para la identificación de una variedad diatópica. En el caso de la variedad del español peninsular, esta es la única sobre la que se señalan características a nivel morfosintáctico para identificarla: el uso del pronombre personal “vosotros”, junto a las formas verbales correlacionadas (“el verbo vosotros como se usa en España”, responde algo confuso en el cuestionario, cambiando categorías gramaticales, un joven ecuatoriano de veintisiete años que llegó a Italia con dieciocho). También algunos de los entrevistados señalan a nivel pragmático, en el plano de la cortesía, el empleo de “usted” por los hijos al dirigirse a los padres como un rasgo propio distintivo (Erik apunta cómo su madre les enseñó, a él y a su hermano, a dirigirse a ella de usted por respeto).

El uso de léxico o expresiones lingüísticas de la variedad del español peninsular por parte de hispanoamericanos es visto por los connacionales como muestra de una actitud engréida. Este hecho revela la conciencia de que existen variedades de mayor prestigio que la propia. Tanto es así que varios de los entrevistados, en particular aquellos que llegaron a menor edad o nacieron en Italia, reconocen que la variedad del español que más aprecian es la de España (en consonancia con el mayor peso de la variedad peninsular en la enseñanza formal de segundas lenguas en contextos europeos). A esta se añade la variedad argentina, muy fácilmente reconocible y que en ocasiones perciben como un modo de hablar que denota también cierto engrimiento. De manera que las actitudes hacia los usos lingüísticos sacan a la luz categorías de prestigio manifiesto (Trudgill 1974) en relación con determinadas variedades del español, que, como veremos, pueden modificar actitudes e identidades lingüísticas.

4.1 *Procesos de convergencia y divergencia derivados del consumo mediático*

La teoría de la acomodación comunicativa, desarrollada desde la psicología social en los años setenta (Giles, Taylor, Bourhis 1972), propone un modelo de elección lingüística para explicar las motivaciones que subyacen a las conductas comunicativas, esto es, los procesos por los que los participantes en una interacción acomodan o ajustan su forma de hablar a lo esperado por el interlocutor. Esta teoría pone énfasis en todos los aspectos de la relación interpersonal, ya que considera que los factores situacionales no pueden explicar por sí solos el cambio de registro en una misma lengua o la elección de una lengua en contextos bilingües. El proceso de adaptación o acomodación puede funcionar de dos modos opuestos: mediante la convergencia lingüística, como resultado de la aproximación o influencia recíproca entre dos variedades lingüísticas, o por el proceso de divergencia, el cual implica un alejamiento entre las mismas. Ambos procesos responden a las intenciones del hablante en un determinado contexto sociocultural¹⁴. El estudio de dichos procesos en contextos migratorios adquiere especial relevancia no solo respecto al contacto entre variedades de una misma lengua, que en el caso de la migración hispana en el mundo abre un vasto campo de estudio, sino también entre la lengua migrada y la lengua adquirida en la migración.

Las divergencias de la variedad de español del país de origen que manejan los jóvenes crecidos en Italia son percibidas por los propios familiares y generan determinadas actitudes. Por ejemplo, la madre de Raya, una joven de veintidós años nacida en Italia de madre dominicana y padre italiano, percibe como propio el español que habla su hijo –quien al llegar con quince años dejó los estudios, se puso a trabajar e hizo amistades con otros dominicanos–, mientras le resulta peculiar la forma de hablar de su hija¹⁵. Raya explica esta diferencia por haber asimilado y hechas suyas algunas expresiones y léxico de otras variedades hispanas que ha conocido viendo películas en versión original en español y diversos contenidos audiovisuales, sobre todo en las redes sociales. Este fenómeno de apropiación lingüística es motivo de burla por parte de familiares y amigos hispanos de su hermano:

(13) RAYA–...me dicen que soy una privona¹⁶, no sé si sabe, porque... porque no lo hablo como lo hablan ellos. Yo lo hablo más... no lo hablo como lo habla

14 Para un acercamiento a la teoría de la acomodación, véase Gallois, Ogay, Giles (2005).

15 En esta segunda entrevista a Raya, realizada el 10 de diciembre de 2020, participó su madre, mujer de sesenta y seis años, nacida en Santo Domingo, emigrada a los cuarenta años.

16 “Privón”, adjetivo no recogido por la RAE que deriva del verbo privar, se aplica en República Dominicana con el significado de “fanfarrón”.

usted, pero lo hablo un poquito más el de España, más que lo que hay allá, porque lo que habla mi mamá no es español, es un dialecto, porque ya tiene esa cosa que se dice que es del centro, del campo, habla con la i, y el de la ciudad habla con la e [...], por eso, yo no utilizo nada de eso... [RD_M_0_22_S].

En su propia forma de hablar español Raya reconoce la aglutinación de otras variedades: “Ella [su madre] lo habla más... más comido, como lo dice ella, y yo es una mezcla de todo lo que sé”. Además, en la descripción del habla de su madre, toma en consideración las variantes dialectales del español dominicano (campo/ciudad), las cuales, aunque no son las propias, conoce a través de la percepción externa de sus allegados. Caravedo, en sus trabajos sobre la subjetividad lingüística en situaciones de contacto por migración, distingue tres tipos de percepción en relación con el objeto percibido: la percepción interna, la externa y la autopercepción. La percepción externa atañe a la captación de las variedades ajenas en referencia al primer modelo adquirido mediante la percepción interna (2010: 16-17). En este caso, Raya alude a los rasgos que, “se dice”, caracterizan estas variedades, distanciándose, de este modo, de dicha apreciación.

La percepción de rasgos comunes y distintivos por los hablantes de español gracias al contacto con otras variedades lingüísticas –a través de los medios de comunicación, de la literatura (poco frecuente dentro del corpus) o de las relaciones interpersonales– no presupone un conocimiento exhaustivo de estas diferencias, por lo que parece poco probable una identificación en función de estos rasgos. Sin embargo, en contextos migratorios, cuando se produce una ruptura o se manifiesta un desapego hacia la propia variedad lingüística, es posible que se verifique una apropiación de elementos lingüísticos de otras variedades de la lengua materna para construir la identidad deseada (cfr. Mick, Palacios 2013). Es el caso –insólito, pero de especial interés al tratar el impacto televisivo en la conformación de la identidad lingüística– de Carmen. Debido al hábito de ver producciones televisivas argentinas ha adoptado el acento de esta variedad del español. En su relato explica cómo llegó a ello:

(14) CARMEN–Cuando estaba en quinta de primaria, me di cuenta que hablaba la mayor parte del tiempo en italiano porque mi primo me dijo, me decía siempre, “italiana, italiana”, porque hablaba siempre italiano y me trataba como así, ¿no? [...], y por eso... mi manera de hablar el español a veces le hace raro a mi mamá cómo hablo porque... digamos que yo miraba series argentinas y... me gustaba cómo hablaban ellos, así que yo imitaba su acento, [...] es que me gustaba mucho que aprendí a hablar como... la manera de hablar

como hablan ellos, por eso que cuando a veces yo hablo no parezco peruana, porque entre peruanos cuando hablas te das cuenta, ¿no? [P_M_5_22_C].

Como se desprende de la narración, son la percepción y actitud de los otros hacia su manera de hablar las que le hacen ser consciente de la propia elección lingüística (del italiano en los primeros años de migración) o reafirmar su preferencia por una variedad ajena a la propia comunidad de habla (que se esfuerza en imitar). La adopción de la variedad argentina no se limita a los componentes prosódicos, sino que incluso adopta uno de los rasgos morfosintácticos más emblemáticos de esta, el voseo:

(15) CARMEN—...ahorita me sale espontáneo. Hay algunos verbos que en español no hay *l'accento*, así como... en peruano, digo, en el español de Perú, por ejemplo, ahorita que... eso pasa mucho en la mesa, cuando estamos comiendo, se dice “toma”, o sea, *prendi*, ¿sí?, ¿no?, y yo digo, “tomá” [ríe]. Y mi mamá al inicio se reía, me decía, “tomá” [de forma afectada], me decía para burlarse imitándome, pero ahorita lo digo tantas veces que ni cuenta se dan, creo. [...] hoy ya no se burla de mí porque o ya no hay gusto pa reírse o si no, *ci[o]è*, creo que está habituada, ¿sí?, ¿no?, no se lo he preguntado [...]. Por ejemplo, a veces, yo no quiero decir “pasame el agua”, qué dirían en Argentina, así que cuando hay ese punto de la palabra que... para distinguir, ¿no?, que es peruano y que es argentino, yo me paro un rato..., así, [con cadencia] “pásame el agua”, lo digo así, ¿no?, porque no quiero que... es que se burlan, no es que no quiero, porque yo también digo, no soy argentina, quiero decirlo en peruano, así que... pero no puedo, se mezcla, es muy... estoy habituada.

La adopción intencional de rasgos de la variedad argentina se vuelve inconsciente con el paso del tiempo: ya es parte de su identidad lingüística, de la que no es fácil desprenderse cuando el contexto lo requiere y trata de reafirmar su identidad étnica. En el caso de Carmen, la estimación de un determinado uso lingüístico, asociado a la valoración positiva de un producto mediático, da como resultado una actitud innovadora. Se trata de un fenómeno muy interesante de divergencia lingüística de la propia variedad hacia la variedad de un modelo deseado ofrecido en el medio televisivo. Asimismo, refleja cómo las percepciones de los hablantes, internas o externas, inciden sobre las actitudes y conductas lingüísticas y, en definitiva, muestra cómo se construye discursivamente la identidad¹⁷.

17 La identidad, como señalan De Fina, Schiffrin y Bamberg (2006), toma forma en interacciones concretas y específicas, produce constelaciones de identidades (no construcciones individuales y

4.2 *Inteligibilidad de las variedades lingüísticas*

De acuerdo con los datos analizados, la edad de migración es la variable más significativa respecto al nivel de percepción de la variación dialectal y al grado de inteligibilidad de las variedades de la lengua, si bien en los casos que se mantiene desde niño el uso frecuente del español también se desarrolla esa conciencia lingüística y aumenta la comprensibilidad¹⁸ de otras variedades. En el desarrollo de esa capacidad perceptiva tiene un peso considerable el hábito en el consumo de productos audiovisuales en lengua española, además, como es obvio, del contacto directo con otros hispanohablantes. Por ejemplo, Vanessa, a pesar de haber llegado a Italia desde Ecuador con tres años, asegura reconocer diversas variedades con facilidad:

(16) VANESSA–Sí, España, Ecuador, Colombia, Perú, Argentina e... estos, sí, estos. El español se siente bastante, *anche* el argentino, el argentino tantísimo, el ecuatoriano porque lo he escuchado... Bueno, el mexicano porque yo crecí con una serie, *ma* todos crecimos con una serie, todos los niños, todos conocen El chavo del ocho¹⁹... *quella serie, ecco, e* ahí se siente el... el mexicano, *poi* los países... porque *bene o male*, sobre todo estando aquí en Italia, amigos así... de mis padres, ahí, no sé, he logrado escuchar tantas... [E_M_3_23_V].

Los jóvenes que migraron con más de once años identifican también las diferentes variedades del español de su país de origen. Varios de los jóvenes ecuatorianos entrevistados distinguen la variedad de la costa de la de la sierra y pueden describir rasgos prosódicos de cada una de ellas. Juan Carlos, guayaquileño que llegó a Italia siendo mayor de edad, alude a la forma de hablar español de los quechuahablantes: (17) “los quiteños como que arrastran las eres [/*r*/] [...], pero ellos nos dicen

monolíticas) y es el resultado de procesos de negociación. Calvi (2016) analiza desde esta perspectiva el discurso de migrantes hispanohablantes en Italia.

18 Entendida como la percepción de la inteligibilidad por parte de los hablantes nativos o el grado de dificultad que tiene un oyente para entender un enunciado (Derwing, Munro 1997).

19 *El chavo del 8*, serie cómica producida en México por Enrique Segoviano y Roberto Gómez Bolaños, fue transmitida con mucho éxito en cadenas televisivas de varios países de Hispanoamérica y EE. UU. Su primera emisión fue de 1973 a 1980. El reciente volumen editado por Friedrich y Colmenares (2020) ofrece un análisis pormenorizado de este icono popular de la televisión latinoamericana; en particular, véase el capítulo de Caraballo (pp. 119-48), donde reflexiona, a partir de las narraciones de telespectadores, sobre las nociones de identidad, cultura y ciudadanía en comunidades migrantes y minoritarias. Algunos trabajos sobre los hábitos televisivos en comunidades hispanas migrantes también señalan la popularidad de este programa; por ejemplo, véase Chavero y García-Muñoz (2005: 201).

que en cambio nosotros los costeños hablamos muy rápido y nos comemos las eses”²⁰; así como a usos pragmáticos de otros hispanohablantes (“en Colombia son más formales, no usan tanto el tú”) [E_H_18_26_J].

Por el contrario, los que llegaron antes de la edad escolar a veces incluso tienen dificultad para descartar la variedad de español de su país de origen de la de otros países hispanoamericanos. Carmen, por ejemplo, que llegó con cinco años y hemos visto cómo en su adolescencia adoptó rasgos de la variedad argentina, estaba convencida en el momento de la entrevista de que la famosa serie mexicana que veía en su infancia, *El chavo del 8*, era peruana.

Es un hecho que los jóvenes más familiarizados con producciones televisivas de países diferentes al propio (o que tienen amistades hispanohablantes) reconocen con facilidad el español que se habla y logran entender sin dificultad cualquier variedad: (18) “sí, sí, de entender entiendo por las novelas argentinas, series argentinas, venezolanas, alguna colombiana, Betty la fea, la más famosa y... y... sí, sí entiendo...”, afirma Verónica [P_M_11_26_W]. Por el contrario, aquellos que llegaron a Italia siendo muy niños y no acostumbran a ver productos audiovisuales en español son conscientes de su incapacidad para distinguir acentos de cualquier otra variedad del español que no sea la propia, aunque sí, precisan, de las del italiano.

Un ejemplo lo proporciona la visión de una de las series de éxito española, *La casa de papel* (Vancouver Media/Atresmedia/Netflix, España, 2017). Luis Enrique, joven peruano de veinticuatro años que vive en Italia desde los cuatro, reconoce que le fue imposible seguir la serie en versión original y tuvo que verla doblada al italiano²¹. Al igual que Vanessa, quien llegó con un año menos: (19) “Intenté verla en español, porque siempre dicen que ver las series en la lengua original, no sé, dan más, ¿no?, pero se me hacía complicado entender [...]. Yo intenté, solo que siendo una serie de ese tipo *comunque* hablan rápido, ¿no?, bueno, en español [de España] hablan *proprio rapidissimo!*” [E_M_3_23_V]. Por su parte Erik, que abandonó su país a la misma edad, fue capaz de seguirla en español únicamente activando los subtítulos en español.

20 Datos que apoyan el estudio de Schmid (2017) sobre percepción y autopercepción lingüística en Ecuador que señala los rasgos fonético-fonológicos y la velocidad como los más percibidos por los hablantes.

21 Luis Enrique es uno de los cinco jóvenes que participaron en una entrevista de grupo organizada por Erik, estudiante ecuatoriano que colabora en nuestro estudio. La entrevista tuvo lugar por videoconferencia el 21 de diciembre de 2020.

4.3 Percepción de la diversidad léxica

Dada la alta densidad léxica del lenguaje televisivo (Ávila 2009) y la diversidad de producciones en cuanto a regiones geográficas accesibles hoy en día, el hábito en el consumo de productos audiovisuales emitidos por este medio puede contribuir no solo a mantener la lengua materna en contextos migratorios, sino también a ampliar los repertorios lingüísticos de los telespectadores.

Entre las distintas variedades del español escuchadas en los medios audiovisuales, la mexicana y la española son las más reconocibles a través de su léxico. Los jóvenes que han respondido al cuestionario reconocen términos de la variedad mexicana como “órale”, “cuate”, “chavo”, “güey”, “chido”, “neta” o “pena” (en el sentido de “vergüenza”); algunos malsonantes, como “pendejo” o expresiones como “no manches” y “no mames”, o la adoptada por Verónica, una de las dos entrevistadas peruanas, que se resiste a nombrar: (20) “a mí me gusta muchísimo una expresión mexicana que... este... pero es una... una mala palabra, es una lisura, no puedo decirla... [...], cuando me pasa algo malo, tipo ya... *sono un po' scoraggiata*, tipo, ya digo, ‘ya valió verga’” [P_M_11_26_W]. Otros americanismos señalados son argentinismos como “pollera”, “espuma”, “boludo” y “quilombo”, además de la interjección “ché”; colombianismos como “parce” y chilenismos como “cachái”.

Entre los elementos léxicos de la variedad peninsular, destacan por su presencia en el corpus obtenido a través del cuestionario varias interjecciones (“vale”, “hombre”, “guay”), con mucha frecuencia malsonantes (“hostia”, “coño”, “joder”). De los youtuber españoles algunas voces apreciadas por los hispanohablantes que manejan otras variedades del español, son “flipar” o “tío” como apelativo coloquial.

Varias de las series más exitosas de los últimos años representan el mundo del narcotráfico y en ellas se maneja alguna variedad del español mexicano o colombiano en las que abundan voces vulgares y ofensivas. Algunos de estos términos se han generalizado y se utilizan entre jóvenes migrantes de la comunidad colombiana; según Erik, ecuatoriano, sus amigos colombianos usan continuamente el término “gonorrea” como apelativo amistoso²².

22 La popularización de *Narcos* (Dynamo Producciones/Gaumont International Television, Colombia/Estados Unidos, 2015-2017), y con ella de la jerga criminal que los personajes manejan, ha llevado a su plataforma de distribución (Netflix) a lanzar una campaña de promoción de una aplicación para aprender el español a través de los diálogos de la serie con la etiqueta #NarcosSpanishLessons. Uno de los vocablos cuyo significado y uso se explica es “gonorrea”. Al respecto, me parece significativo el siguiente hilo de Wordreference.com del 2009 (<https://bit.ly/39iPfm1>) donde un usuario salvadoreño pregunta por el empleo de este término en Colombia con la acepción, precisamente, de apelativo cordial que refiere Erik. En una de las intervenciones se menciona su uso en la

No es raro el empleo de léxico particular de variedades del español distintas de la propia a las que se está habituado, aunque la elección lingüística se suele realizar de forma consciente como estrategia de acomodación del habla al contexto o a los interlocutores, como ilustran Vanessa y Raya: (21) “con mis amigos sí, pero siempre en plan broma, por ejemplo, ‘el chamaquito’. No es que lo uso siempre, pero tengo que decirlo así... si sé que esa persona viene de ese país, le digo el chamaco” [E_M_3_23_V]; (22) “pero también yo cogí algunas cosas de las canciones que decían, y como para tenerme privona, como dice, las decía [...]. Decía... ¡ay!, pasaron muchísimos años... espérate, hay una canción... [cantando] ‘Somos las divinas’²³ ..., algo así, y entonces cuando tenía que hacer algo que me gustaba mucho decía, [con afectación] ‘¡ay, qué divinooo!’ [ríe]” [RD_M_0_22_S].

También se constatan convergencias hacia otras variedades del español con relación a los usos pragmáticos, las cuales se perciben como conductas que se inclinan al aumento de prestigio. Así describe Carmen su empleo del conector discursivo “bueno”:

(23) CARMEN—...a veces digo, “bueno, no sé...”, que no se dice en español, *ci[o]è*, nunca vas a iniciar una conversación con... Te dice, “para ti ¿qué *cosa?*, ¿*cosa* piensa?”, yo digo, “bueno, en mi caso...”. No, en peruano no se dice [...], es argentino. Y en Perú no, o sea, si lo dices pareces una creída, se ve mal. En Perú, en general Latinoamérica, si hablas el español de España es... se burlan de ti, porque es algo... más es como decir que son... se creen, ¿no?, eres creído o quién crees que..., “regresa a España”, te dicen [P_M_5_22_C].

Otro aspecto destacable en la percepción de las variedades lingüísticas está relacionado con la globalización del lenguaje que Internet posibilita. Los jóvenes son conscientes de los cambios que se están produciendo en la lengua derivados del consumo mediático y de la imbricación de las diversas formas de hablar español. Vanessa lo expresa de este modo:

(24) VANESSA—...sobre todo su Instagram, las personas que sigo son de diferentes países y también se siente el acento. Pero ahorita estoy notando que *sopratutto grazie ai social* que se mezcla siempre más el conocimiento de un tipo

versión cinematográfica –dirigida por Barbet Schroeder en 1999– de *La Virgen de los sicarios*, novela de Fernando Vallejo (1994, Colombia, Alfaguara) en la que el narrador explica, después de usar el término, “Gonorrea es el insulto máximo en las barriadas de las comunas” (p. 12).

23 Hace referencia a la serie *Patito feo* (ver nota 11), en la que las protagonistas rivalizaban en dos grupos: Las Divinas y Las Populares.

de persona que viene de un país, que viene de otro país, se mezcla tantísimo las maneras de decir. Por ejemplo, en Ecuador nadie decía “güey”, como es en mexicano, y ahorita se usa tantísimo, tantísimas formas de decir de otros países ahorita se... se están haciendo una sola. [...] tantas memes, tantas cosas que utilizan su manera de decir, quien la otra, por eso se hace una sola [E_M_3_23_V].

Por último, es necesario mencionar la difusión de variedades funcionales a través de las redes sociales que popularizan argots juveniles y voces jergales, como los propios de la “jeringa”, nombre que se le da a la jerga empleada por grupos marginales limeños²⁴. Esta realidad descubre situaciones de prestigio encubierto (Trudgill 1972), por el que se valoran usos lingüísticos alejados de lo correcto, poniendo de manifiesto la solidaridad de grupo basada en el inconformismo y el rechazo a la norma. Inevitablemente, el español neutro²⁵ al que nos acostumbraban los medios de comunicación tradicionales está dejando paso a un abanico de variedades que youtuberos e influencers esparcen por la red. La tendencia en los hábitos de consumo audiovisual hacia nuevos formatos cuya producción está descentralizada y el control sobre la corrección en los usos lingüísticos es laxo nos aproxima al uso real de la lengua, pero puede llegar a comprometer la inteligibilidad. La relación entre lengua e identidad por la que un grupo se identifica al hablar una misma lengua reside en la capacidad de ser esta lengua instrumento de comunicación y de entendimiento (Zimmermann 1999: 223). ¿Qué ocurre cuando la variación lingüística dificulta o impide tal entendimiento? ¿Qué actitudes provoca la incapacidad de entender otra variedad de la propia lengua? ¿Puede la ininteligibilidad dialectal modificar los sentimientos de pertenencia? Estas son algunas cuestiones que surgen al considerar las múltiples formas en las que los hablantes se representan sus lenguas cuando las confrontan con otras variedades sobre las que reflexionar en futuros trabajos.

24 Verónica menciona algunos vocablos de este argot al referirse a la forma de hablar de sus primos, como “estar misio”, “estar misión imposible” o “estar aguja”, para indicar que no tienes dinero.

25 El “español neutro” o “español internacional” es una modalidad artificial de este idioma, que evita los localismos o expresiones propias de un área hispanohablante, utilizada en la industria de los medios audiovisuales con la finalidad de facilitar su exportación a todo el mundo hispano. Para una revisión del concepto, véase López González (2019).

5. Consideraciones finales

En las últimas dos décadas, los hablantes de español han tenido más posibilidades que nunca de entrar en contacto con las diversas variedades (diatópicas, dias-tráticas y diafásicas) de la lengua a través de muy diferentes tipos de narrativas audiovisuales. Es indudable que este hecho tiene implicaciones en la percepción y en las actitudes lingüísticas y, por ende, repercute en la forma en la que el sujeto se coloca en relación con los otros. Del análisis de los datos recabados entre estudiantes universitarios de origen hispanoamericano residentes en Italia, podemos extraer las siguientes conclusiones sobre los efectos del consumo televisivo en los usos y actitudes lingüísticas en contextos migratorios.

En primer lugar, respecto al rol de la televisión en el desarrollo de las destrezas lingüísticas, la exposición a los contenidos audiovisuales permite, por una parte, desarrollar la competencia comunicativa en la lengua del país de acogida y acceder a la información y al conocimiento que esa sociedad comparte a través de los medios de comunicación, con los beneficios que esto comporta en el proceso de adaptación e integración al nuevo contexto sociocultural. Al mismo tiempo, la posibilidad de ver producciones televisivas del país de origen contribuye al mantenimiento de la lengua materna, reforzando los vínculos con la propia cultura y el sentido de pertenencia.

De igual modo, el contacto con otras variedades de la lengua a través del medio televisivo, además de ampliar el repertorio léxico de los telespectadores, incide en los procesos de percepción de las variedades. Así, el consumo televisivo en lengua materna –que, de acuerdo a los resultados de este estudio, es más frecuente entre mujeres y cuanto mayor es la edad de migración– aumenta la conciencia sobre la variabilidad lingüística y la compresibilidad de las otras variedades, lo que favorece la identificación con una comunidad más amplia y plural.

Por último, algunos de los casos analizados evidencian cómo la confrontación con la diversidad dialectal a través de los productos audiovisuales puede desencadenar–sobre todo entre los jóvenes que dejaron sus países cuando todavía no habían definido su identidad lingüística–, procesos de convergencia y divergencia hacia otras variedades que son expresión de identidades oscilantes, porosas, en construcción. Asimismo, la apropiación de rasgos distintivos de otras variedades de la lengua materna para construir la identidad deseada muestra una falta de apego hacia la variedad del entorno social más próximo al hablante, lo que podría conducir a la pérdida de la lengua. Un seguimiento de estos procesos aportaría, seguramente, más información sobre el cambio lingüístico en la migración.

Bibliografía citada

- AKSOY, ASU; ROBINS, KEVIN (2000), “Thinking across spaces: Transnational television from Turkey”, *European Journal of Cultural Studies*, 3/3: 343-65.
- ÁVILA, RAÚL (2001), “Los medios de comunicación masiva y el español internacional”, *II Congreso Internacional de la Lengua Española*, [20/09/2020] <https://congresosde-lalengua.es/valladolid/ponencias/unidad_diversidad_del_espanol/1_la_norma_hispanica/avila_r.htm>
- (2009), *De la imprenta a la Internet: La lengua española y los medios de comunicación masiva*, México, El Colegio de México.
- BENAMOU, CATHERINE L. (2009), “Televisual melodrama in an era of transnational migration: Exporting the folkloric nation, harvesting the melancholic-sublime”, *Latin American melodrama: Passion, pathos and entertainment*, eds. Darlene J. Sadlier. Chicago, University of Illinois Press: 139-71.
- BLAS ARROYO, JOSÉ LUIS (1999), “Las actitudes hacia la variación intradialectal en la sociolingüística hispánica”, *Estudios filológicos*, 34: 47-72.
- BONOMI, MILIN (2018), *Mestizos globales. Transnacionalismo y prácticas discursivas en la población hispana en Italia*, Milano, Franco Angeli.
- CALVI, MARIA VITTORIA (2014), “Lingua, memoria e identità nei racconti di migranti ispanoamericani”, *Altre Modernità*, Numero speciale: 124-39.
- (2016), “Spagnolo e italiano nelle seconde generazioni di migranti ispanofoni in Italia”, *Quaderns d'Italia*, 21: 45-62.
- CARAVEDO, ROCÍO (2009), “La percepción selectiva en situación de migración desde un enfoque cognoscitivo”, *Lengua y migración*, 1/2: 21-38.
- (2010), “La dimensión subjetiva en el contacto lingüístico”, *Lengua y Migración*, 2/2: 9-26.
- CEBRIÁN HERREROS, MARIANO (1998), “La lengua en la información televisiva (nuevos territorios del español)”, *La lengua española y los medios de comunicación*, eds. Luis Cortés Bargalló; Carlos Mapes; Carlos García Tort. México, Siglo XXI, vol. 2: 1043-65.
- CHAVERO, HAYDEÉ; GARCÍA-MUÑOZ, NURIA (2005), “Los hábitos del consumo televisivo de una comunidad extranjera: el caso de estudiantes latinoamericanos en Barcelona”, *Zer*, 19: 191-204.
- COGNIGNI, EDITH (2014), “Migrazione femminile e bisogni di apprendimento in italiano L2: Uno studio di caso presso le donne del ricongiungimento familiare”, *Educazione Linguistica Language Education*, 3/3: 465-81.
- DE FINA, ANNA; SCHIFFRIN, DEBORAH; BAMBERG, MICHAEL, eds. (2006), *Discourse and identity*, Cambridge, UK, Cambridge University Press.

- DERWING, TRACEY M.; MUNRO, MURRAY J. (1997), "Putting accent in its place: Rethinking obstacles to communication", *Language teaching*, 42: 476-90.
- FRIEDRICH, DANIEL; COLMENARES, ERICA (2020), *Resonancias de El Chavo del 8 en la niñez, educación y sociedad latinoamericana*, Buenos Aires, CLACSO.
- GALLOIS, CINDY; OGAY, TANIA; GILES, HOWARD (2005), "Communication accommodation theory: A look back and a look ahead", *Theorizing about intercultural communication and culture*, ed. William B. Gudykunst. Thousand Oaks, Sage: 121-48.
- GILES, HOWARD; TAYLOR, DONALD M.; BOURHIS, RICHARD Y. (1972), "Toward a theory of interpersonal accommodation through language: Some Canadian data", *Language in Society*, 2: 177-92.
- GONZÁLEZ LUNA, ANA M.; LISI, LAURA; SAGI-VELA GONZÁLEZ, ANA (2016), "El contacto lingüístico entre el español y el italiano en la comunicación digital", *Cuadernos AISPI*, 8: 17-34.
- KABATEK, JOHANNES (2011), "Algunos apuntes acerca de la cuestión de la 'hibridez' y de la 'dignidad' de las lenguas iberorrománicas", *Variación lingüística y contacto de lenguas en el mundo hispánico. In memoriam Manuel Alvar*, eds. Yolanda Congosto Martín; Elena Méndez García de Paredes. Madrid, Iberoamericana: 271-89.
- KUPPENS, AN H. (2010), "Incidental foreign language acquisition from media exposure", *Learning, Media and Technology*, 35/1: 65-85.
- LISI, LAURA; SAGI-VELA GONZÁLEZ, ANA (2017), "Estudiantes de español hispanohablantes: representaciones de una lengua migrada", *El español y su dinamismo: redes, irradiaciones y confluencias*, eds. María Vittoria Calvi; Beatriz Hernán-Gómez Prieto; Elena Landone. Roma, AISPI Edizioni: 71-89.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, ANTONIO MARÍA (2019), "Español neutro – español latino: hacia una norma hispanoamericana en los medios de comunicación", *Roczniki Humanistyczne*, 67/5: 7-27.
- LUHMANN, NIKLAS (2000), *La realidad de los medios de masas*, México, Universidad Iberoamericana/Anthropos.
- MARTÍN BARBERO, JESÚS (1983), "Memoria narrativa e industria cultural", *Comunicación y cultura*, 10: 59-73.
- (1991), *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- MARTÍN BARBERO, JESÚS; MUÑOZ, SONIA, eds. (1992), *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la televisión en Colombia*, Bogotá, Tercer Mundo.
- MICK, CAROLA; PALACIOS, AZUCENA (2013), "Mantenimiento o sustitución de rasgos lingüísticos indexados", *Lexis*, 37/2: 341-80.
- MORENO FERNÁNDEZ, FRANCISCO (2012), *Sociolingüística cognitiva*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert.

- (2016), “La búsqueda de un «español global»”, *VII Congreso Internacional de la Lengua Española*, [20/09/2020] <http://congresosdelengua.es/puertorico/ponencias/seccion_5/ponencias_seccion5/moreno-francisco.htm>
- OLMOS ALCARAZ, ANTONIA; CAVA, GAETANA (2021), “La televisión como herramienta para la integración social: narraciones y experiencias de migrantes asiáticos en la ciudad de Mesina (Italia)”, *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 8/15: 292-314.
- OROZCO, GUILLERMO (2000), “Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina”, *Comunicación y sociedad*, 38: 11-36.
- PUJADAS MUÑOZ, JUAN JOSÉ (2002), *El método biográfico: el uso de historias de vida en ciencias sociales*, 2ª. ed., Madrid, CIS.
- SAGI-VELA GONZÁLEZ, ANA (2019), “Viaje a Italia: reencuentros y desencuentros de jóvenes migrantes”, *Circolazione di persone e di idee: integrazione ed esclusione tra Europa e Americhe*, eds. Susanna Nanni; Sabrina Vellucci. New York, Bordighera Press: 218-35.
- (2020), “Lengua e identidad de una generación intermedia: migrantes hispanohablantes en la universidad italiana”, *Altre Modernità*, 23: 137-54.
- (2021), “Hispanos en Italia: experiencia migratoria de las segundas generaciones”, *Políticas públicas en defensa de la inclusión, la diversidad y el género III: Migraciones y derechos humanos*, ed. Ana Victoria Parra González. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca: 267-79.
- SCHMID, DÉsirÉE (2017), “Percepción y autopercepción lingüísticas en el Ecuador: un estudio émico sobre los serranos y costeños ecuatorianos”, *Boletín Hispánico Helvético*, 29: 21-46.
- TRUDGILL, PETER JOHN (1972), “Sex, covert prestige and linguistic change in the urban British English of Norwich”, *Language in Society*, vol. 1/2: 179-95.
- (1974), *The social differentiation of English in Norwich*, Cambridge, Cambridge U.P.
- URIBE ALVARADO, ANA B. (2009), *Mi México imaginado. Telenovelas, televisión y migrantes*, México, Miguel Ángel Porrúa/Colegio de la Frontera Norte/Universidad de Colima.
- VANDERPLANK, ROBERT, ed. (2016), *Captioned Media in Foreign Language Learning and Teaching: Subtitles for the Deaf and Hard-of-Hearing as Tools for Language Learning*, London, Palgrave Macmillan.
- WEBB, STUART (2015), “Extensive viewing: language learning through watching television”, *Language Learning Beyond the Classroom*, eds. David Nunan; Jack C. Richards. New York, Routledge: 159-68.
- ZIMMERMANN, KLAUS (1999), “Identidad cultural y lingüística en Colombia, Venezuela y en el Caribe hispanico”, *Actas del Segundo Congreso Internacional del Centro de Estudios Latinoamericanos (CELA)*: 221-32.

Ana Sagi-Vela González es becaria de investigación y docente de español en la Universidad de Milán-Bicocca. Su línea de trabajo se enmarca en el campo de la antropología cultural y la sociolingüística. Licenciada en Geografía e Historia, en la especialidad de Antropología Americana, y Doctora en Historia y Arqueología por la Universidad Complutense de Madrid, ha realizado trabajo de campo en México, centrando su investigación en los procesos de literacidad en lenguas amerindias. En la actualidad su interés se dirige a las situaciones de contacto de lenguas y a los procesos de reelaboración de las identidades en contextos migratorios.

ana.sagi-vela@unimib.it